



Pressecommuniqué vom 28. November 2023

Braujahr 2022/23: Getrübte Konsumentenstimmung mit Auswirkung auf den Bierabsatz

Der gesamte Biermarkt Schweiz verzeichnete nach ersten Berechnungen im Braujahr 2022/23 im Vergleich zur Vorjahresperiode ein Minus von 2,5 Prozent. Brillierte das Braujahr 2021/2022 noch mit einem starken Wachstum aufgrund von Aufholeffekten nach der Pandemie, so konnte diese positive Dynamik im Berichtsjahr nicht gehalten werden. Hingegen konnte der Ausstoss des alkoholfreien Bieres erneut um 5,3 Prozent gesteigert werden. Inflationsängste, steigende Krankenkassenprämien, hohe Energiekosten und die unsichere geopolitische Lage drücken auf die Konsumentenstimmung.

Bier-Statistik

Gesamter Biermarkt – Importe mit starkem Rückgang:

Eines vorweg: Der Vergleich mit dem Braujahr 2021/2022 hinkt, da dieses mit starken Aufholeffekten nach der Pandemie aufwartete. Betrachtet man die Entwicklung mit dem durchschnittlichen Bierausstoss der Jahre 2010 bis 2019 liegen die Zahlen aufgrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfeldes im Bereich des Erwartbaren.

Der gesamte Biermarkt Schweiz verzeichnete nach ersten Berechnungen im Braujahr 2022/23 (1. Oktober 2022 bis 30. September 2023) im Vergleich zur Vorjahresperiode ein Minus von 2,5 Prozent auf 4'571'465 Hektoliter Bier (= 457'146'500 Liter).

Der Inlandausstoss aller Schweizer Brauereien nahm um 1,2 Prozent auf 3'595'719 hl (Vorjahr: 3'638'846 hl) ab. Noch stärker sanken die Bierimporte um 7 Prozent auf 975'746 hl (Vorjahr: 1'048'698 hl). Der Anteil der Bierimporte am schweizerischen Gesamtmarkt beträgt nun 21,3 Prozent. Zum Vergleich: Im Braujahr 2012/13 wurde der bisher höchste Importanteil mit 26,1 Prozent verzeichnet.

Alkoholfreies Bier:

Im Braujahr 2022/23 steigerte sich der Ausstoss des alkoholfreien Bieres erneut um 5,3 Prozent von 265'058 hl auf 279'233 hl. Der Anteil am gesamten Biermarkt beträgt neu 6,1 Prozent (Vorjahr: 5,8 Prozent).

Die stete Zunahme und wachsende Beliebtheit des alkoholfreien Bieres können auf verschiedene Gründe zurückgeführt werden: Veränderte Lebensgewohnheiten, alkoholfreies Bier als wertvolles, natürliches Sportlergetränk, aber auch die gewachsene Vielfalt. Früher gab es vor allem alkoholfreies Lagerbier, heute ist die Auswahl gross. Weizen, IPA, bittere oder fruchtige Varianten – es kann nach Herzenslust probiert und genossen werden.

Unsichere Wirtschaftslage

"Inflationsängste, steigende Krankenkassenprämien, hohe Energiekosten und die unsichere geopolitische Lage drücken auf die Konsumentenstimmung – mit Auswirkungen auch auf den Bierkonsum", fasst NR Nicolò Paganini, Präsident Schweizer Brauerei-Verband SBV, die Lage zusammen. Hinzu kommt ein rekordtiefer Euro, welcher den Einkaufstourismus wieder ankurbelt.

Auch die Gastronomiebranche leidet. Höhere Kosten und Fachkräftemangel machen den Wirten und Wirtinnen das Leben schwer. Auffallend ist, dass der Bierabsatz über diesen Kanal im Vergleich zum Detailhandel wieder eingebüsst hat. Im Braujahr 2022/23 betrug der Anteil 32 Prozent (Vorjahr: 33 Prozent) gegenüber 68 Prozent im Detailhandel (Vorjahr: 67 Prozent). Somit konnte das Minus des Braujahrs 2022/23 auch nicht durch den Gastronomiekanal aufgefangen werden.

Konsummuster ändern sich

Es ist in den letzten Jahren festzustellen, dass alkoholhaltige Getränke grundsätzlich weniger nachgefragt werden. Vor diesem Hintergrund erstaunt auch die wachsende Beliebtheit des alkoholfreien Bieres nicht.

Es zeichnet sich zudem ein Generationenwechsel ab. Die traditionelle Stammtischkultur stirbt langsam aus. Viele Biergeniesser und Biergeniesserinnen konsumieren ihr Bier selektiver, zum Beispiel als Begleitung zu einem bestimmten Menü (Stichwort: Food Pairing). Der entsprechenden Qualität des Bieres wird dadurch immer grössere Aufmerksamkeit geschenkt.

Durch die Ausbildung von Bier-Sommeliers, der Durchführung des Swiss Beer Awards und der Zusammenarbeit mit der ZHAW im Bereich der Bier-Sensorik-Ausbildung hat das Bier in den letzten zehn Jahren einen grossen positiven Imagewandel vollzogen. Neben der Biervielfalt ist auch die bierige Kompetenz der Bevölkerung wahrnehmbar gestiegen.

Wetter mit weniger Einfluss

Das Wetter war im April und Mai sehr regnerisch und bot wenig bierige Konsumgelegenheiten im Freien. Der Bier-Absatz war in dieser Zeit entsprechend verhalten. Und auch die langanhaltenden Sommertage bis weit in den Herbst hinein konnten die Bierstatistik nicht mehr wesentlich verbessern. Wenn früher dem Wetter vielfach ein grosser Einfluss auf den Bierkonsum beigemessen wurde, lässt die Entwicklung des vergangenen Braujahres diesen Schluss nicht mehr zu.

Nachwuchsförderung – auch mit Unterstützung von Coop und Feldschlösschen

Ein Kellerbier war das Meisterwerk der angehenden Brauer bei Feldschlösschen aus dem zweiten und dritten Lehrjahr. Durch den Verkauf des Lernendenbieres in Coop Supermärkten kam ein Verkaufserlös von 70'000 Franken zusammen. Dieser Betrag wurde nun durch Feldschlösschen und Coop dem Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands gespendet.

Mit den bisherigen Spenden wurde bereits eine Lernwerkstatt eingerichtet, wo der jährliche überbetriebliche Einführungskurs durchgeführt wird. Ab 2024 steht für die Lernenden ein mehrtägiger Besuch der Schweizer Mälzerei AG in Möriken-Wildegg auf dem Programm. Weiterhin werden Werbemassnahmen im Printbereich und auf Social-Media-Kanälen durchgeführt.

Aktuell absolvieren 35 Lernende die dreijährige Ausbildung zum/zur Bierbrauer/-in. Mittlerweile bieten 40 Brauereien Lehrstellen an. Obwohl rund 1'200 Brauereien offiziell beim Bund registriert sind, verfügen nur gerade 50 bis 60 Betriebe über die geforderten Standards, um Lernende ausbilden zu können. So müssen die Hauptverfahrensschritte bei der Bierherstellung mit der entsprechenden Infrastruktur (Brauanlagen) sichergestellt werden. Weiter müssen in den Lehrbetrieben Braumeister oder ausgebildete Brauer/-innen mit entsprechenden Zusatzausbildungen angestellt sein, um die Verantwortung für die Lernenden wahrnehmen zu können.

Da über 1'100 Brauereien nebenberuflich oder hobby-mässig betrieben werden, scheiden diese als Ausbildungsbetriebe von vornherein aus.

Fünf neue Mitgliedsbrauereien

Folgende Brauereien wurden 2023 als neue Mitglieder im SBV willkommen geheissen:

- JungfrauBräu AG, Schwanden bei Brienz (BE);
- Brauerei Seebueb, Hombrechtikon (ZH);
- Freiburger Biermanufaktur AG, Fribourg (FR);
- St. Laurentius Craft Beer AG, Bülach (ZH);
- Brasserie Lynx Movement, Martigny-Croix (VS).

In den vergangenen Jahren stieg die Zahl der Mitgliedsbrauereien kontinuierlich an. "Dieser Mitgliederzuwachs aus allen Landesteilen der Schweiz ist für mich ein unschätzbare Vertrauensbeweis in den SBV und in unsere Arbeit", resümiert SBV-Direktor Marcel Kreber. Die strategischen Ziele Nachwuchsförderung, Sicherstellen hoher Bierqualität, Steigerung des Images des Bieres und die Schaffung wirtschaftlich-politisch günstiger Rahmenbedingungen werden mit Nachdruck weiterverfolgt.

Lukas Porro ist Schweizermeister der Bier-Sommeliers

Am 18. November 2023 fand im Bierhübeli in Bern die Schweizer Meisterschaft der Bier-Sommeliers statt. Die 25 Teilnehmer/-innen kämpften um den Schweizermeister-Titel und um einen Platz in der Nationalmannschaft, welche die Schweiz 2025 an der Weltmeisterschaft in München vertreten wird. Zu Erinnerung: Der amtierende Weltmeister der Bier-Sommeliers kommt mit Giuliano Genoni aus der Schweiz! Es geht somit um nichts Geringeres als die Titelverteidigung.

In drei Vorrunden-Disziplinen mussten die Wettkämpfer ihre Fähigkeiten beweisen, um ins Halbfinale und zuletzt ins Finale zu gelangen. In einem hochspannenden Wettkampf vor gefüllten Zuschauerreihen stach Lukas Porro aus Zürich oben aus und wurde zum verdienten Schweizermeister der Bier-Sommeliers gekürt.

Wichtige Termine

Donnerstag, 18. April 2024	Swiss Beer Award 2024 in Baden
Freitag, 26. April 2024	Tag des Schweizer Bieres

Für Rückfragen:

Marcel Kreber, Direktor
 Schweizer Brauerei-Verband
 079 650 48 73
marcel.kreber@getraenke.ch

www.bier.swiss
[twitter @info_bier](https://twitter.com/info_bier)
www.facebook.com/schweizerbiere
www.instagram.com/schweizerbier

Schweizer Brauerei-Verband (SBV)

Der SBV wurde am 19. April 1877 gegründet und ist somit seit über 146 Jahren die Branchenorganisation der Schweizer Brauwirtschaft. Die SBV-Mitgliedsbrauereien stehen für mehr als 550 Qualitätsbiere. Die schweizerische Brauwirtschaft erzielt einen Umsatz von über einer Milliarde Franken. Rund 50'000 Arbeitsplätze sind direkt und indirekt mit ihr verbunden. Der SBV ist in Zürich domiziliert.

SBV-Mitgliedsbrauereien:

7Peaks Brasserie Sàrl, Morgins
 Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG, Bern
 BierVision Monstein AG, Davos Monstein
 Brasserie Docteur Gab's SA, Puidoux
 Brasserie du Jorat SA, Ropraz
 Brasserie Lynx Movement, Martigny-Croix
 Brauerei A. Egger AG, Worb
 Brauerei Aare Bier AG, Barga
 Brauerei Adler AG, Schwanden
 Brauerei Baar AG, Baar
 Brauerei Erusbacher & Paul AG, Villmergen
 Brauerei Falken AG, Schaffhausen
 Brauerei Felsenau AG, Bern
 Brauerei Fischerstube AG, Basel
 Brauerei H. Müller AG, Baden
 Brauerei Locher AG, Appenzell
 Brauerei Luzern AG, Luzern
 Brauerei Rosengarten AG, Einsiedeln
 Brauerei Schützengarten AG, St. Gallen
 Brauerei Seebueb, Hombrechtikon

Brauerei Stadtbühl AG, Gossau
 Brauerei Thun AG, Thun
 Brauerei Unser Bier AG, Basel
 Brauerei Uster Braukultur AG, Uster
 Burgdorfer Gasthausbrauerei AG, Burgdorf
 Doppelleu Boxer AG, Winterthur
 Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden
 Freiburger Biermanufaktur AG, Fribourg
 HEINEKEN Switzerland AG, Luzern
 JungfrauBräu AG, Schwanden bei Brienz
 Kornhausbräu AG, Rorschach
 LägereBräu AG, Wettingen
 Liechtensteiner Brauhaus AG, Schaan
 Martigny Brewing Co. SA, Martigny
 Officina della Birra SA, Bioggio
 Öufi Brauerei, Solothurn
 Ramseier Suisse AG, Sursee
 Rugenbräu AG, Interlaken
 Sonnenbräu AG, Rebstein
 St. Laurentius Craft Beer AG, Bülach